

УДК 78.072

Недлина Валерия Ефимовна,

Казахская национальная консерватория им. Курмангазы

Казахстан, г. Алматы

© В.Е. Недлина

Арт-критика в интернет-пространстве

(из практики сайта musicnews.kz)

Аннотация. Статья посвящена относительно новой для критиковедения проблематике – носителю информации. Развитие музыкально-критической деятельности в Интернете постепенно меняет и требования к арт-критику (совмещение функций журналиста, редактора, фоторепортёра и пр.), и приоритетные форматы печатных высказываний. Периодические публикации уступают по оперативности интернет-изданиям. Большей свободой отличаются и возможности читателей. Эти преимущества послужили причиной перехода в электронный формат многих традиционных изданий, в том числе и казахстанской «Новой музыкальной газеты», для которой организован сайт musicnews.kz.

Ключевые слова: арт-критика, интернет-журналистика, интернет-издание, музыкальная критика в Интернете, печатное издание, musicnews.kz, музыкальная газета.

Abstract: The article is dedicated to relatively new sphere of art-criticism studies – to the storage medium. The development of art and music criticism in internet gradually changes both requirements to art-criticist (combining functions of a journalist, editor, photo reporter and others), and prior formats of publications. Periodical publications are inferior in efficiency of Internet publications. The

possibilities of readers become more free and wide. These benefits have caused the transition of many traditional media to electronic format, including Kazakhstani “The New Music Newspaper” for which musicnews.kz web-site was founded.

Key words: art criticism, music criticism on the Internet, online journalism, online edition, printed edition, musicnews.kz, music newspaper.

Общеизвестно, что журналистская деятельность вообще и арт-критика как одно из её направлений переживают в XX веке существенные трансформации. Глобальные информационные сети, наиболее ёмкой и социально значимой из которых стала компьютерная сеть Интернет, существенно изменили форму коммуникации между источником, носителем и потребителем информации. В нашем случае, как и столетие назад, источником выступает музыкальный критик, потребителем – образованный и, зачастую, вовлечённый в сферу академического искусства читатель. Сконцентрируем внимание на наиболее динамично меняющейся составляющей – носителе информации.

Внимание к носителю информации – это относительно новая проблематика в критиковедении. Оно дополняет выделенные ещё в 1926 году Романом Ильичом Грубером группы вопросов, такие как изучение процесса создания музыкально-критических высказываний в разных жанрах и их восприятия; изучение структуры и свойств музыкальной критики; исследование её как социально организующего фактора музыкальной общественности; теоретическое осмысление функций музыкальной критики [1, с. 238]. Изменение формы подачи музыкально-критического текста влияет и на его восприятие, и на его свойства, и на социальную функцию, и даже на жанр высказывания.

По-прежнему платформой музыкальной критики в сфере академического искусства остаются специализированные средства массовой информации. Электронные СМИ появились относительно недавно, поэтому определение этого понятия, как и юридический статус такого рода ресурсов, пока до конца не устоялись. С момента зарождения «браузерного» Интернета (1993) понятие «электронное СМИ» неразрывно связано с понятием «всемирная паутина» (worldwide web). *Интернет-издание – это интернет-страница (сайты), выполняющая функцию средства массовой информации (газеты, журнала).* Такие издания обладают рядом отличий.

Одна из ключевых особенностей в деятельности веб-сайтов – размывание граней в специализациях участников процесса коммуникации. Как пишут одни из ведущих теоретиков компьютерных сетей Э. Таненбаум и Д. Уэзеролл, в XXI веке

различия между сбором, транспортировкой, хранением и обработкой информации продолжают быстро исчезать [2, с. 16]. Фактически в современных условиях любое событие может получить практически мгновенное освещение в любом месте, где есть доступ к Интернету. Это влечёт *перераспределение функций создателей СМИ*, в том числе, и музыкально-критической направленности. В роли журналиста, корректора, редактора, фоторепортёра и верстальщика может выступать один человек.

Ещё одно существенное отличие – возможность *отказаться от периодичности публикаций*. Статьи, репортажи, интервью могут быть опубликованы практически мгновенно, не проходя длительный период подготовки к изданию, без ожидания очередного номера.

Третья особенность диктуется самим форматом. С развитием технологий кодирования и передачи данных *расширяются возможности иллюстрирования* статей не только цветными фотографиями, но и видео- и аудио-иллюстрациями. Это значительно повышает информационную ценность публикаций.

С позиции аудитории важными отличительными чертами интернет-издания стали *свобода доступа и возможность сортировки информации*. Отпала необходимость приобретения бумажного экземпляра журнала или газеты для знакомства с нужной информацией. Технические возможности современных веб-сайтов позволяют читателю самостоятельно сортировать публикации, выбирая только интересующие его темы.

Названные особенности обладают как положительными, так и отрицательными качествами. Так расширение требований к создателю публикации, необходимость его универсализации (журналист – критик – редактор – фотограф – веб-программист) может привести к снижению качества публикуемых материалов. Свобода доступа к информации в сочетании с её избытком в современном медиа-пространстве приводит к общему снижению читательской активности.

Надо отметить, что кроме собственно интернет-изданий, всемирная сеть предлагает и другие современные формы критической деятельности, как например персональные блоги или страницы в социальных сетях, о которых речь пойдёт чуть позже. Работа интернет-издания, специализирующегося на музыкальной критике и журналистике, отличается от СМИ в других областях. Прежде всего, сфера музыкальной культуры не предполагает большого количества веб-сайтов схожей специализации. Российские онлайн-издания достаточно немногочисленны. Их можно разделить на несколько видов в

зависимости от происхождения. Ряд интернет-изданий – это своего рода дубли печатных газет и журналов, публиковавшихся, нередко, до популяризации компьютерных сетей. К таковым относится, к примеру, газета Московской государственной консерватории им. П.И. Чайковского «Российский музыкант» (rm.mosconserv.ru/), которая в разных статусах издавалась с 1938 года [3]. Возможен одновременный запуск печатного и электронного СМИ, как в случае с «Музыкальным журналом» (www.themusicalmagazine.ru/), публикующимся с 2013 года [4].

В последние 10-15 лет появились музыкально-критические издания, изначально ориентированные на интернет-формат и не публикующиеся бумажными тиражами. Наиболее известное из них – интернет-проект ClassicalMusicNews.Ru, существующий с 2006 года [5]. Иногда функцию новостного, просветительского или критического издания берут на себя сайты, изначально цели которых были иными. Так популярностью пользуются новостная лента энциклопедического проекта belcanto.ru или журнал Санкт-петербургского центра современной музыки remusik.org.

В Казахстане, чьё население приблизительно в десять раз меньше населения России, и, следовательно, рынок музыкально-информационных услуг значительно менее ёмкий, также в последние годы были запущены несколько проектов в сфере музыкальной критики и журналистики. Наиболее заметным и влиятельным среди них стал сайт musicnews.kz – электронная версия единственного специализированного казахстанского издания «Новая музыкальная газета». Думаю, личный опыт по организации работы этого ресурса имеет не только практическую, но и научную ценность, поэтому остановлюсь на нём вкратце.

Появление в 1996 году «Новой музыкальной газеты» стало важной вехой в развитии музыкально-критической мысли Казахстана. Этот печатный орган стал первым не только в республике, но и во всём центрально-азиатском регионе. Творческие установки редакционной коллегии, возглавляемой бессменным редактором Тамарой Джумалиевой, изначально не ограничивались освещением событий музыкальной жизни Казахстана, благодаря чему издание ориентировано на широкую как по географии, так и по тематическому охвату музыкально-критическую и просветительскую деятельность.

Однако, как отмечают исследователи Г. Садуахасова и Т. Джумалиева, поддержание жизнеспособности издания и периодичности выхода новых номеров требовало от редакционной коллегии немалых усилий. Многие

возникшие в Казахстане тематические издания, ориентированные на арт-критику и журналистику, вынуждены были приостановить свою деятельность по финансовым или маркетинговым причинам (трудности в обеспечении качества контента) [6, с. 100]. Установившаяся с 1997 года периодичность – два выпуска в год – не обеспечивала оперативности освещения событий музыкальной жизни. Постепенный переход к формату онлайн-издания позволил решить ряд проблем и открыл изданию новые перспективы.

Проект musicnews.kz как онлайн-версия «Новой музыкальной газеты» был запущен в 2013 году. Его реализация не отличается от работы над любым другим веб-сайтом, однако каждый этап выявлял специфику современного интернет-издания о музыке. Так *на этапе планирования* стала очевидна необходимость гибкого рубрикатора. Если в печатной версии каждая статья публиковалась только под одной рубрикой (например «Юбилей» или «Наши за рубежом»), то в онлайн версии потребовалась возможность размещения одной статьи под двумя или более рубриками одновременно (например, «концерты», «артисты» и «юбилеи» одновременно). Этот фактор определил наиболее подходящую систему управления содержимым сайта (*content management system* или *CMS*) – Wordpress. Эта CMS с открытым кодом доступна на бесплатной основе, что в современных условиях стало преимуществом как в плане большого количества инструментов веб-дизайна, регулярно создаваемых пользователями, так и в плане информационной безопасности.

Дизайн и вёрстка сайта на CMS Wordpress облегчены наличием большого количества платных и бесплатных шаблонов, позволяющих организовывать не только внешний вид, но и управление сайтом. Существующий внешний вид musicnews.kz был создан на основе шаблона, что позволило существенно снизить затраты на веб-дизайн. Музыкально-критическая направленность интернет-издания предполагает помимо размещения фотоиллюстраций включение в публикацию видео и аудио. Возможность такого рода иллюстраций была заложена на этапе конструирования сайта.

Этап первичного наполнения сайта показал целесообразность редактирования имеющихся текстов с целью их оптимизации под поисковые машины (*search engine optimization* или SEO). Основу первичного контента составил «бумажный» номер газеты за осень 2013 года. В уже опубликованных ранее статьях текст был дополнен ссылками на справочные материалы. Во вновь публикуемых статьях редакторская работа сразу включала коррекцию

заголовков, подписей к изображениям и разбивку текста в соответствие с требованиями поисковых сервисов (Google, Yandex).

В процессе функционирования онлайн-версии газеты выявились наиболее актуальные рубрики, что в «бумаге», возможно, не было столь очевидным. Так по количеству публикаций лидируют разделы «События» и «Персоны», внутри которых наиболее популярными рубриками стали «Концерты» и «Композиторы». Причина этого в том, что формату периодического издания, выходящего дважды в год, соответствуют не все текущие концертные события, требующие оперативного освещения в СМИ.

В целом, musicnews.kz в большей степени ориентирован на новостной формат, чем обычная газета, однако тенденция высказывания в форматах критической статьи и рецензии по-прежнему преобладает над репортажами и анонсами. С одной стороны, это объясняется некоммерческим характером деятельности musicnews.kz. Издание не имеет возможности оплачивать оперативные новостные публикации и не содержит штат журналистов. С другой стороны, круг авторов «Новой музыкальной газеты» включает искусствоведов, композиторов и исполнителей, для которых большей ценностью обладает всестороннее освещение и глубина музыкально-критической мысли, а не оперативность.

Онлайн формат предполагает расширение форм коммуникации редактора, автора и аудитории. К ним относятся, прежде всего, пристатейные комментарии и публикации в социальных сетях. Комментарии позволяют выявить темы, волнующие читателей. Так, например, много отзывов вызвала публикация «Проблемы типовой программы по музыке для начальной школы». Размещение в социальных сетях ссылок на новые публикации вызывает подъём суточных посещений (со средних 50 до 100 и выше), а также позволяет получать большее количество комментариев и отзывов. Вообще, сфера маркетинга в социальных сетях (*social media marketing*, SMM) в отношении событий и фигур мира искусства только начинает развиваться. Она неизбежно повлияет на приоритеты в области музыкальной критики: всесторонние обстоятельные рецензии уже сейчас постепенно уступают позиции лаконичным (до 1000 знаков) высказываниям по сути рассматриваемого события, явления и персоны.

Ещё одно преимущество онлайн-формата – это детальная статистика. Современные аналитические инструменты отражают количество посещений, среднее количество просмотров на посетителя, позволяют выявить наиболее посещаемые страницы и даже определить портрет среднестатистического

читателя. К примеру, на сайте musicnews.kz преобладают посетители молодого возраста (до 24 лет – 55%), мужчины (53%) из Казахстана (67,9%)¹. При этом, согласно статистике посещений в месяц в среднем musicnews.kz посещает 1200 человек.

Подсчёт аудитории печатной газеты представляется затруднительным. Если предположить, что при прежнем печатном формате и тираже в 500 экземпляров, каждый номер прочитывался двумя читателями, можно выйти на усреднённую цифру в 1000 человек, при двух выпусках в год это – 2000. Сайт же посещают 14,5 тысячи человек (почти в пять раз больше). Однако, если учесть, что читатели печатного издания знакомятся практически со всеми материалами выпуска, а онлайн-посетитель ограничивается 1-2, статистика будет выглядеть иначе (60 тысяч суммарных прочтений публикаций в «бумаге» против 20 тысяч онлайн). При расширении аудитории, такой условный показатель как читаемость материалов в интернет-издании всё же существенно ниже. Всё-таки, приведённые цифры по печатной газете весьма приблизительны и не могут служить основанием для окончательных выводов.

Таблица.

Отчёт «Размер аудитории сайта musicnews.kz»

значения: среднесуточные	апрель 2016 г.	март 2016 г.	в среднем за 3 месяца
<input type="checkbox"/> Посетители за 31 день	1,130	1,252	1,207
<input type="checkbox"/> Посетители за 7 дней	301	273	294
<input checked="" type="checkbox"/> Посетители за день	45	40	44
<input checked="" type="checkbox"/> Новые (или не были в течение 31 дня)	40	34	38
<input checked="" type="checkbox"/> Неотлучные (бывают ежедневно в течение недели)	0	0.48	0.21
<input checked="" type="checkbox"/> Ядро (бывают каждую неделю в течение месяца)	0.5	1.5	0.67
<input type="checkbox"/> Постоянные (бывают каждый месяц в течение 4 месяцев)	2.5	2.1	2.1

В настоящее время арт-критика в интернет-пространстве осваивает уже существующие новые формы высказывания, например, подкаст, видеоблог. Редколлегия Новой музыкальной газеты в поисках путей охвата новой аудитории считает такие формы весьма перспективными и в новых версиях сайта обязательно учтёт возможность их публикации.

¹ По статистике liveinternet.ru за март-май 2016 года.

В целом трёхлетний опыт работы над онлайн-версией «Новой музыкальной газеты» показал перспективность перехода в электронный формат. Его преимущества очевидны: сближение с аудиторией; расширение круга читателей; оперативность в освещении событий музыкальной жизни.

Главным предметом редакционных дискуссий остаётся вопрос сохранения печатного формата. В 2015-2016 году в условиях финансового кризиса выпуски в этом формате не состоялись. Редколлегия допускает вероятность полного перехода на онлайн-формат, но авторы и читатели регулярно обращаются с просьбами о сохранении печатной версии.

Литература

1. Грубер Р. И. О музыкальной критике как о предмете теоретического и исторического изучения // Критика и музыкознание: сб. статей. Вып. 3. – Л.: Музыка, 1987. – С. 233-252.
2. Таненбаум Э., Уэзеролл Д. Компьютерные сети. – СПб.: Питер, 2012. – 960 с.
3. О газете // Российский музыкант. URL: http://rm.mosconsv.ru/?page_id=2 (дата обращения – 1.05.2016).
4. О нас // Музыкальный журнал. URL: <http://www.themusicalmagazine.ru/about/magazine/> (дата обращения – 2.05.2016).
5. О нас // ClassicalMusicNews.Ru. URL: <http://www.classicalmusicnews.ru/about/> (дата обращения – 3.05.2016).
6. Джумалиева Т., Садуахасова Г. Музыкальная культура Казахстана в зеркале музыкальной критики и журналистики. – Алматы, 2009. – 228 с.